
ЭТИКО-ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНСУЛЬТАНТА

А.А. Сазонова

Кафедра этики
Факультет гуманитарных и социальных наук
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, Россия, 117198

Политический консалтинг как вид профессиональной деятельности — явление, связанное с развитием политического рынка. В.Э. Гончаров подчеркивает: «Политический консалтинг как особый вид профессиональной деятельности возникает только в условиях демократии, когда услуги консультантов становятся товаром на более или менее открытом конкурентном рынке» [2. С. 121].

Российский политический рынок зарождался в условиях смены старой политической парадигмы на новую, демократическую политическую систему. Первые свободные выборы определили новые правила политической борьбы — возникла публичная конкуренция. Это обусловило появление нового ремесла, политического консалтинга как сферы, обслуживающей «нужды» политиков, а именно получение и удержание власти. Согласно И.А. Зосименко и В.А. Чернову «политический консультант выполняет прежде всего два вида задач: диагностика политического процесса и консультирование политических технологий. Важнейшим направлением деятельности политического консультанта является консалтинг избирательной кампании» [5. С. 5]. В данной статье мы рассмотрим некоторые особенности деятельности политического консультанта в рамках электорального цикла.

Можно выделить несколько этапов эволюции профессии политического консультанта. На первом этапе, в начале 1990-х, успех кандидата определялся его личными задатками и энтузиазмом, такой период называют любительским. Этап ученичества был связан с освоением зарубежного опыта политического консалтинга в избирательных кампаниях: организации штаба, разработки агитационных материалов. Где-то с середины 90-х гг. начался период эксперимента, характеризующийся развитием технологических подходов: в сфере избирательных кампаний получают распространение «грязные» технологии. Современный этап развития профессии характеризуется: стремлением к формированию новых технологий по эффективному управлению политической коммуникацией, переосмыслением старых технологических методов через понимание сути социальных процессов и необходимости наполнения их содержанием [7. С. 20]. Можем констатировать, что данный вид деятельности претерпел значительные трансформации с 1990-х как в технологической сфере, так и в плане теоретического осмысления. Однако ряд вопросов остается открытым, в том числе различное трактование сути деятельности, понимания профессионального долга, нравственных регуляторов.

С момента появления политического консалтинга в России издано немало книг, в которых данная деятельность описывается всего лишь как сумма определенных технологий.

Такая трактовка деятельности политического консультанта ведет к некоторым заблуждениям. С одной стороны, данный подход обрекает политические технологии на применение без учета последствий и социальной действительности, тем самым лишая их содержания и образуя разрыв между профессиональной деятельностью и этическими регуляторами. С другой стороны, понимание политического консалтинга в контексте набора определенных технологий может способствовать возникновению иллюзии о легкости освоения данной профессии, что ведет к появлению непрофессионалов на политическом рынке и дискредитации профессии. Как отмечает Ф.И. Шарков: «Неразработанность методики подбора и оценки персонала политических консультантов привела к тому, что сегодня возникают ситуации, когда группа недобросовестных дельцов в корне искажает представление о профессиональном сообществе политических консультантов» [10. С. 121].

Политические консультанты являются элементами самоорганизующейся системы, встроенной в более обширную, политическую систему.

Понимание правил функционирования системы, умение становиться ее частью в нужный момент определяют профессиональные качества политического консультанта. Они являются одними из субъектов информационно-коммуникативных потоков и посредниками между электоратом и политиком. Е.В. Егорова-Гантман, И.В. Минтусов подчеркивают: «Политические консультанты, занимающиеся PR и выборами, как бы берут на себя ряд функций, которые они осуществляют за Клиента, вместо него, но для него, для достижения его целей. Они сами формулируют стратегию и тактику, обеспечивают методы и средства их достижения» [4. С. 2].

Так как, с одной стороны, общество признает необходимость коммуникации, принимая участие в выборах, формируя властный центр. С другой стороны, на общественное мнение и его выбор влияют информационно-коммуникативные потоки в виде предвыборных программ и различного рода агитаций. Политический консультант — часть политической системы, ее создатель.

По теоретической модели Б. Петерса [1. С. 101—134], политическая система занята проблемой обеспечения легитимности решений ядра и проницаемости коммуникативных потоков между центром и периферией. В таком аспекте суть политики — обеспечение легитимности путем осуществления эффективной политической коммуникации. По мнению Ф.И. Шаркова: «Политическая коммуникация выступает как специфический вид политических отношений, посредством которого доминирующие в политике субъекты регулируют производство и распределение общественно-политических идей» [10. С. 122].

Одним из первых политологов, который обратился к проблеме политической коммуникации, был К. Дойч [3]. Он определяет политическую систему как сеть коммуникаций и информационных потоков. Правительство, по мнению К. Дойча, реализует эффективную политику в государстве путем регулирования информационных потоков между политической системой и средой.

Немецкий философ Ю. Хабермас рассматривает коммуникацию как метод построения нового справедливого общества. Упорядоченная коммуникация в самом широком смысле — основа демократического правового государства [8; 9].

Любые социальные процессы помещены в коммуникативное поле, политические в том числе. Информация в политическом контексте выступает не только как основа коммуникации, но и как средство политического управления. Поэтому сферой деятельности политического консультанта является управление политической коммуникацией.

Исходя из данного тезиса, можно выделить основные компетенции политического консультанта: получение, обработка, анализ информации, на основе которой он принимает решения, осуществляет обратную связь, определяет стратегию выборов, формирует и реализует публичную политику — политические консультанты, таким образом, играют важную роль в политической сфере общества.

Понимание политического консалтинга как проектной, сезонной работы («от выборов до выборов»), как некоего заказа, в котором политический консультант всего лишь исполнитель, как одностороннюю, однолинейную деятельность затрагивает проблему ответственности политического консультанта и его кандидата за последствия применяемых методов.

В широком смысле слова эта проблема включает не только использование «грязных» технологий (компромат, очернение соперников, игра на противоречиях), но и ответственность за реализацию предвыборных обещаний. Позиция, при которой политический консультант воспринимает собственную деятельность как сезонную, чаще всего не связана с сохранением ответственности за свое дело после окончания проекта, за те обязательства, которые он берет на себя во время работы.

Кроме того, ряд современной литературы, описывая этические проблемы в профессиональной деятельности политического консультанта, в основном рассматривает их в рамках отношений клиент — политический консультант, что также значительно сужает понимание всей меры ответственности, которая возлагается на политического консультанта. С одной стороны, политический консультант несет прямые обязательства перед клиентом-заказчиком. С другой стороны, политический консультант так или иначе вмешивается в социальные процессы. Поэтому ответственность за последствия предвыборных агитаций должна быть осознана в полной мере как в случае победы, так и в случае поражения кандидата.

Примитивизация понятия «ответственность» в деятельности политического консультанта может привести к сведению политического консалтинга до уровня манипулятивных технологий.

Другими словами, к пониманию политической коммуникации как навязывания некому объекту модели определенного поведения, выбора, который не связан с его внутренней сущностью, его стремлениями. Использование такого подхода может лишь обеспечить краткосрочный эффект, так как навязанный выбор чаще всего вступает в противоречие с естественной природой объекта, в конечном счете вызывая диаметрально противоположную реакцию с последующим развитием абсентеизма, что крайне негативно может отразиться на уровне политической культуры общества, легитимности властного центра, дискредитации института выборов в целом.

Стоит отметить, что вообще-то задачей института выборов является снятие общественных противоречий, обеспечение легитимности власти и социальной ста-

бильности. Можно сказать, что политический консультант является оператором избирательного процесса, который работает с мощными социальными силами, приводя их к общему знаменателю.

Общество представляет собой совокупность различных интересов, разделяясь на социальные группы по определенным признакам. Политическая система, очерчивая границы возможного для каждого отдельного индивида, вносит определенные корректировки в жизнедеятельность общества, вплоть до его структурных изменений.

Одной из главных задач политической системы является обеспечение баланса интересов между различными социальными группами для поддержания социальной и политической стабильности. Важным способом сохранения баланса интересов в обществе является институт выборов.

В демократическом правовом государстве обновление властного центра происходит за счет свободных выборов на альтернативной основе, предполагающих реальную политическую борьбу. Такая борьба основана на конфликте интересов различных социальных групп, которые возникают в процессе жизнедеятельности общества. «Парадокс состоит в том, что те или иные социальные конфликты возникают обычно задолго до выборов и не имеют к ним прямого отношения, но в момент выборов целенаправленно усиливаются, обостряются. С другой же стороны, в результате выборов чаще всего происходит не эскалация конфликта, а, наоборот, „стравливание“ социальной энергии. Регулярность выборного цикла (раз в четыре — пять лет) обеспечивает ритмичную пульсацию социальной жизни, ее постоянное обновление и освобождение от накапливающихся проблем» — пишет российский политолог М.Е. Кошелюк [5. С. 60].

Таким образом, предметным полем деятельности политического консультанта являются мощные социальные силы в состоянии конфликта. Поэтому восприятие данной деятельности как осуществления однолинейных коммуникации с электоратом, как сумму технологий — заблуждение.

Тактика кампании, имидж кандидата, программа — все строится вокруг реальных социальных проблем, возникающих в процессе разделения общества на определенные группы по различным признакам. Социальные противоречия служат ориентирами для определения стратегии избирательной кампании. Попадание в общественный резонанс, привлечение большей социальной силы, устранение абсентеизма — задачи предвыборной борьбы, которые в глобальном плане можно свести к проблеме снятия отчуждения в обществе.

Для решения этих задач политический консультант может выбрать метод воздействия на электорат через навязывание нехарактерного политического поведения для внутренней природы избирателя, главным образом с помощью технологий манипуляции. Как мы писали выше, такой подход приведет к усилению абсентеизма и падению уровня политической культуры в обществе. Или он может взять за основу своей деятельности метод взаимодействия — выстраивание коммуникативных процессов политическим консультантом на основе взаимодействия с электоратом, а не воздействия, что позволит обеспечить более устойчивый эффект.

При таком подходе противоречия и отчуждение в обществе снимаются через диалог и стремление к взаимопониманию, тем самым обеспечивая сопричастность избирателей к реализации политических решений политика и легитимность избранной власти.

В своей деятельности политический консультант всегда находится перед моральным выбором: ориентация на созидание общественного блага или приоритет корыстных интересов, стимулирование или принуждение, навязывание или интеграция новых идей согласно социальной действительности.

Выбор не всегда очевиден. Эта проблема связана с научным становлением политического консультирования, определением единых понятийных категорий и стандартов, осознания, определения профессионального долга. «...Заметное появление большого количества публикаций по проблематике политического консультирования, появившихся в последние годы, не слишком способствуют раскрытию темы в академически достоверном ключе» — подчеркивает В.Э. Гончаров [2. С. 125].

Действительно, замерить уровень компетенций политического консультанта практически невозможно, не существует научных методик оценивания деятельности и критериев подбора консультанта под определенные задачи.

Сегодня индикатором успешной деятельности политического консультанта или фирмы, предоставляющей услуги политического консультирования, является имидж, основанный на рекомендациях. Такой критерий подбора персонала по своей сути не отражает содержательной части их деятельности: истинную мотивацию, компетенции, степень ответственности, уровень понимания профессиональной деятельности.

Выборы — это процесс распределения властного ресурса согласно мнению большинства. Политический консультант, как специалист по управлению политической коммуникацией в системе клиент (кандидат) — политический консультант — электорат, должен быть способен разглядеть истинные социальные чаянья, стремления, выстроить взаимодействие с электоратом на основе взаимопонимания с целью оформления в конкретную политическую программу реальных социальных проблем и всячески способствовать их скорейшему разрешению. Но не стоит забывать, политический консалтинг — это в первую очередь особый вид бизнеса, который связанный с конструированием общественных отношений. Поэтому данная сфера требует и особой моральной рефлексии, ведь деятельность политического консультанта затрагивает серьезные социальные проблемы, является неким мостом между властью и обществом. Научная проработка проблем, институционализация политического консультирования, создание единого профессионального центра способствуют устранению пробелов в понимании сути профессии политического консультанта, изменению мотивации выбора данного рода деятельности, ее имиджа, развитию демократического политического процесса в России.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Peters B.* On reconstructive legal and political theory // *Philosophy and Social Criticism*. 1994. 20 (4). URL: <http://philpapers.org/rec/PETORL>.
- [2] *Гончаров В.Э.* Современное политическое консультирование. СПб., 2007.

- [3] *Deutsch K.W.* The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. London: Free Press of Glencoe, 1963.
- [4] *Егорова-Гантман Е.В., Минтусов И.Е.* Как делать имидж политика / Электрон. дан. URL: <http://ladno.ru/technology/2652.html>.
- [5] *Зосименко И.А., Чернов В.А.* Политический консалтинг: учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2013.
- [6] *Кошеляк М.Е.* Выборы: Магия игры. Технология победы. М.: Макцентр, 2000.
- [7] *Новиков Д.В.* Политическое консультирование. Учебное пособие. Комсомольск-на-Амуре, 2013.
- [8] *Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие / пер. с нем. Д.В. Скляндеева. СПб.: Наука, 2000.
- [9] *Хабермас Ю.* Вовлечение другого. Очерки политической теории / пер. с нем. Ю.С. Медведева; под ред. Д.А. Скляндеева. СПб.: Наука, 2001.
- [10] *Шарков Ф.И.* Управление политическими коммуникациями путем сегментации политического рынка и позиционирования политических субъектов // Коммуникология. 2014. Том 5. № 3. URL: https://issuu.com/prwillwin/docs/communicology_5_2014.

ETHICAL AND PHILOSOPHICAL ASPECTS OF POLITICAL CONSULTANT ACTIVITY

A.A. Sazonova

Department of Ethics
Faculty of Humanities and Social Sciences
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklay St., 10/2, Moscow, Russia, 117198

REFERENCES

- [1] *Peters B.* On reconstructive legal and political theory. *Philosophy and Social Criticism*. 1994. 20 (4). URL: <http://philpapers.org/rec/PETORL>.
- [2] *Goncharov V.E.* Sovremennoe politicheskoe konsul'tirovanie. SPb., 2007.
- [3] *Deutsch K.W.* The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. London: Free Press of Glencoe, 1963.
- [4] *Egorova-Gantman E.V., Mintusov I.E.* Kak delat' imidzh politika. Jelektron.dan. URL: <http://ladno.ru/technology/2652.html>.
- [5] *Zosimenko I.A., Chernov V.A.* Politicheskij konsalting: uchebnoe posobie. Ul'janovsk: UIGTU, 2013.
- [6] *Kosheljuk M.E.* Vyборы: Magija igry. Tehnologija pobedy. M.: Makcentr, 2000.
- [7] *Novikov D.V.* Politicheskoe konsul'tirovanie. Uchebnoe posobie. Komsomol'sk-na-Amure, 2013.
- [8] *Habermas Ju.* Moral'noe soznanie i kommunikativnoe dejstvie. Per. s nem. D.V. Skljandeeva. SPb.: Nauka, 2000.
- [9] *Habermas Ju.* Vovlechenie drugogo. Oчерki politicheskoy teorii. Per. s nem. Ju.S. Medvedeva; pod red. D.A. Skljandeeva. SPb.: Nauka, 2001.
- [10] *Sharkov F.I.* Upravlenie politicheskimi kommunikacijami putem segmentacii politicheskogo rynka i pozicionirovanija politicheskikh sub'ektov. *Kommunikologija*. 2014. Tom 5. № 3. URL: https://issuu.com/prwillwin/docs/communicology_5_2014.